

Ministerio de
EDUCACIÓN



GOBIERNO DE LA
PROVINCIA DE
CÓRDOBA

SECRETARÍA DE ESTADO DE EDUCACIÓN
SUBSECRETARÍA DE ESTADO DE PROMOCIÓN DE
IGUALDAD Y CALIDAD EDUCATIVA

Colección

Pensar la enseñanza, tomar decisiones

EDUCACIÓN SECUNDARIA

CICLO ORIENTADO QUINTO AÑO

**ORIENTACIÓN ECONOMÍA Y
ADMINISTRACIÓN**

ESPACIO CURRICULAR

Administración

**PLANIFICACIÓN Y DESARROLLO
DIDÁCTICO**

ÁREA DE DESARROLLO CURRICULAR

El por qué y el para qué de esta Colección

Esta planificación forma parte de una Colección que hemos denominado **PENSAR LA ENSEÑANZA, TOMAR DECISIONES**, integrada por diversos materiales de desarrollo curricular producidos por los equipos técnicos del Área de Desarrollo Curricular de esta Subsecretaría, así como por especialistas y docentes invitados a participar, con el propósito de acompañar a las instituciones y a los docentes en los procesos de implementación del Diseño Curricular y su resignificación en contexto.

La Colección está destinada a compartir algunas **propuestas posibles de planificación de la enseñanza para distintos grados y espacios curriculares de la Educación Secundaria. Se han incluido, además, algunos desarrollos didácticos con el propósito de mostrar diversas alternativas de implementación en cuanto a actividades de aprendizaje, intervenciones docentes, modalidades de organización y gestión de la clase, recursos.**

Todos los materiales que integran esta serie han sido producidos a partir de algunas intencionalidades claves:

- ◆ Recuperar los aportes y decisiones didácticas que han sido construidos con directivos y docentes en las diferentes instancias de capacitación. En este sentido, algunas de las planificaciones retoman propuestas elaboradas colectivamente en los encuentros de trabajo con profesores de la provincia de Córdoba.
- ◆ Enfatizar la importancia de entender el proceso de planificar como estrategia de *organización del tiempo didáctico* y como instancia de *toma de decisiones* que implica reflexionar sobre el objeto de enseñanza y aprendizaje, las finalidades formativas de cada espacio curricular, los sujetos destinatarios, los contextos, las condiciones de enseñanza, los modos de intervención docente.
- ◆ Priorizar aquellos saberes que, en tanto orientadores y organizadores de la enseñanza en cada espacio curricular, *“movilizarán planteamientos y problemas, promoverán el diálogo entre docentes y estudiantes, habilitarán el encuentro entre las diversidades individuales y colectivas, impulsarán la proyección y la acción de los estudiantes y tenderán a generar compromiso y satisfacción por los procesos y resultados...”* (Encuadre General de la Educación Secundaria, p. 7).

- ◆ Mostrar diversas alternativas que permitan visualizar de qué manera podrían articularse los contenidos involucrados en los aprendizajes esperados en cada espacio curricular, a fin de evitar la fragmentación y favorecer experiencias educativas integrales, culturalmente situadas, que enriquezcan las trayectorias personales, escolares y sociales de los estudiantes.
- ◆ Compartir con los docentes diversos modos de organizar, secuenciar y abordar los aprendizajes y contenidos seleccionados, así como la previsión de estrategias y recursos que contribuyan a generar ambientes de aprendizaje que permitan que *todos* los adolescentes y jóvenes puedan desarrollar sus potencialidades.

Estos materiales no constituyen una propuesta cerrada ni mucho menos incuestionable. Tampoco pretenden constituirse en ejemplos a seguir, ya que no los anima una intención prescriptiva. El propósito es que lleguen a las escuelas para entrar en diálogo con lo producido por directivos y docentes, para generar discusión, para suscitar ideas superadoras. Y esto es así, porque *“será en el aula -ámbito privilegiado de la enseñanza, el aprendizaje y la evaluación- donde los lineamientos y acuerdos generales establecidos habrán de concretarse y adquirir singularidad en función de los saberes disciplinares, pedagógicos e institucionales de los equipos docentes, así como de las demandas y necesidades de sus estudiantes”* (Encuadre General de la Educación Secundaria, p. 3).

Planificación anual de *Administración*
Educación Secundaria. Ciclo Orientado en Economía y Administración. 5° año

La asignatura *Administración* se desarrolla en los tres años del ciclo, abarcando campos de problemas anidados –que se comparten ampliados y profundizados, de un año a otro– y campos específicos:



Los objetivos para *Administración* de 5º año, entonces, procuran que los estudiantes logren¹:

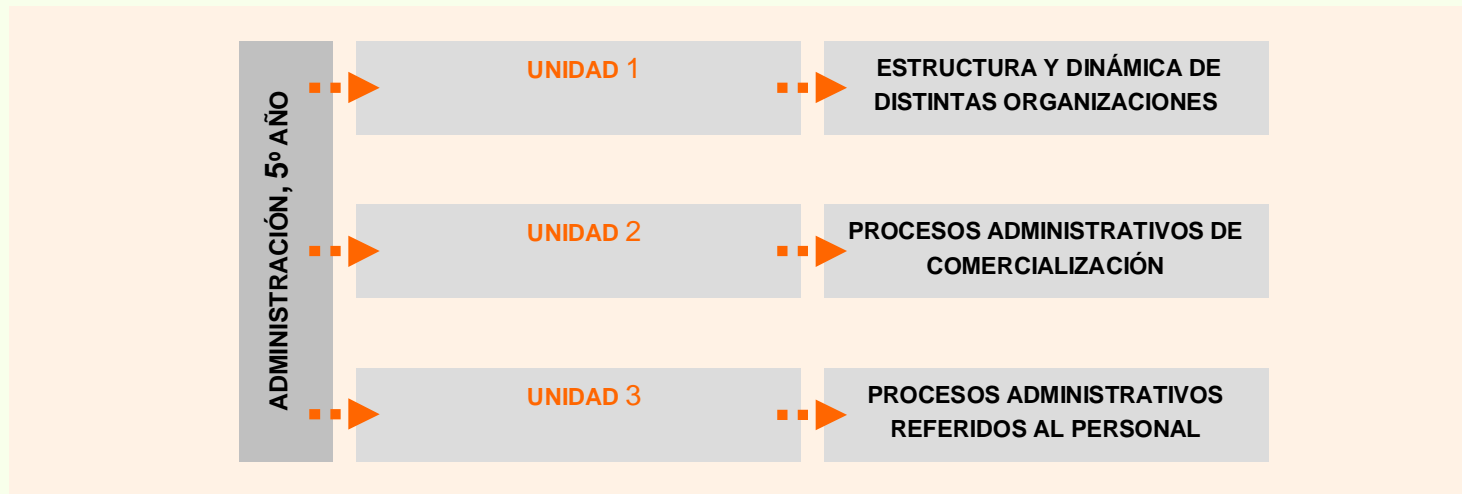
- “Reconocer las organizaciones como objeto de la administración.

¹ Gobierno de la provincia de Córdoba, Ministerio de Educación (2012). *Diseño Curricular de Educación Secundaria. Tomo 5: Orientación Economía y Administración 2012-2015*, pp. 252-260. www.igualdadycalidadcoba.gov.ar/SIPEC-CBA/publicaciones/EducacionSecundaria/Tomos2v.html

- Describir los procesos administrativos de planeación, organización, dirección y control.
- Considerar el contexto de la Organización y su influencia como un sistema abierto.
- Valorar la importancia de tomar decisiones racionales para una gestión eficiente y eficaz.
- Reflexionar sobre la responsabilidad social de las organizaciones.
- Identificar las estructuras básicas en una organización.
- Comprender la importancia del liderazgo en la etapa de dirección del proceso administrativo.
- Distinguir los aspectos formales e informales que articulan el trabajo en las

- organizaciones.
- Analizar la Comercialización como área funcional básica de la organización.
- Comprender las distintas estrategias de Mercadotecnia.
- Realizar estudio de mercado para la gestión de un producto socialmente aceptado.
- Analizar los Recursos Humanos como área funcional básica de la organización.
- Comprender el proceso de reclutamiento de personal.
- Analizar la utilización eficiente de los recursos humanos.
- Considerar la motivación en los recursos humanos.”

Estos objetivos dan lugar a tres unidades didácticas²:



² Recuerde el profesor que está leyendo este ejemplo de planificación, que el diseño curricular promueve muchas formas posibles de organización de contenidos y que ésta constituye sólo un ejemplo: "(...) las diversas alternativas de enseñanza a la vez que ponen en cuestión el modelo único y homogéneo para el quehacer escolar, proponen el análisis y la redefinición del currículum escolar por parte de directivos y docentes a partir de la propia experiencia y de la lectura seria y comprometida del diseño curricular, y del contexto social y cultural". Gobierno de la provincia de Córdoba, Ministerio de Educación (2012), *Diseño Curricular de Educación Secundaria. Tomo 1: Encuadre general 2012-2015*, p. 16.

www.igualdadycalidadcba.gov.ar/SIPEC-CBA/publicaciones/EducacionSecundaria/Tomos2v.html

Estas unidades didácticas se despliegan en los siguientes contenidos, definidos en el diseño curricular:

Unidad 1: Estructura y dinámica de distintas organizaciones

- Culturas organizacionales; rasgos y funciones, principios, valores, creencias y ritos.
- Subculturas organizacionales, y sus variantes de culturas fuertes y débiles.
- Responsabilidad social de las organizaciones.
- Interrelación de las organizaciones con su contexto. Responsabilidades éticas, legales y económicas de las organizaciones. Acciones de responsabilidad social empresaria desde la pequeña y mediana empresa y las pequeñas organizaciones sin fin de lucro. Balance social.
- Diferentes funciones administrativas.
- Estructura: autoridad, influencia y poder.
- Centralización, descentralización y delegación.
- Características, procesos y tipos de planeamiento.
- Misión y objetivo, estrategia y política de una organización. Programas y proyectos.
- Toma de decisiones programadas y no programadas.
- Procesos de coordinación: dirección y supervisión.
- Situación de la organización: debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades.
- Plan de acción.
- Grupos en las organizaciones.
- Componentes y dinámica del proceso de comunicación. Estrategias de administración del conflicto: compromiso, dominio y solución integrativa.
- Principios, niveles, proceso y gestión de control: normas, medición, comunicación de resultados, medidas correctivas.
- Registros de control.
- Cambio organizacional; el proceso del cambio y su resistencia. Reingeniería organizacional.

Unidad 2: Procesos administrativos de comercialización

- Proceso de comercialización.
- Objetivos del área.
- Marketing,
- Investigación de mercado, segmentación y plan de *marketing*.
- Estrategias y planes de acción del área comercialización.
- Relación entre producto, precio, promoción y distribución.

Unidad 3: Procesos administrativos referidos al personal

- Administración de recursos humanos. Objetivos del área; planes de acción y estrategias.
- Procesos de búsqueda, selección y contratación de personal.
- Compensación del trabajo: retribución, beneficio social, entre otros.
- Entrenamiento, capacitación y desarrollo (personal y profesional) y división de trabajo.
- Evaluación de desempeño. Negociación y resolución de conflictos.

En este ejemplo de planificación que estamos acercándole hemos integrado un material didáctico generado por el Instituto Nacional de Educación Tecnológica para la enseñanza de tecnología de administración: *Interbike SRL*³.



Interbike SRL es un recurso de enseñanza y de aprendizaje que plantea situaciones problemáticas a los estudiantes, referidas todas ellas a una empresa de bicicletas y a la dinámica de sus áreas de desarrollo⁴: “La idea central consiste en que el estudiante conozca y entienda el funcionamiento de una empresa desde el punto de vista práctico y teórico, en forma paralela y simultánea. En la aplicación práctica en clase, se simulan los procesos de trabajo en el campo administrativo; y en el manual se muestra el proceso orientado a la acción, indicando cada uno de los pasos del proceso, pasando por los diferentes departamentos de una pequeña empresa. De esta manera, los alumnos logran interiorizarse y comprender el proceso productivo

íntegro de una pyme. El estudiante aprende a través de problemas el funcionamiento de una empresa (...) facilitando la construcción y contextualización de conocimientos y competencias básicas del campo de la administración.”

Entonces..., mientras en *Administración* de 4º año los estudiantes que protagonizaron esta propuesta analizaron muchas organizaciones distintas, aquí se abocan a una en profundidad: aunque, por supuesto, cada vez que el caso denso de la empresa de bicicletas resulte insuficiente para que los estudiantes construyan un concepto, el profesor provee otros ejemplos de realidad complementarios.

La secuencia de actividades a desarrollar con el manual –que los estudiantes pueden tener disponible en sus netbooks– está conformada de este modo:

Unidad 1: Estructura y dinámica de distintas organizaciones

1. A partir de un recorrido narrativo por la empresa, del folleto institucional y de un acta de reunión, determinamos sus características básicas: qué produce, quiénes son sus clientes, quiénes sus proveedores...
2. Reconocemos las áreas en las que se estructura la empresa y los departamentos que conforman cada área. También identificamos los *staff* anexados a la gerencia general. Completamos el organigrama de Interbike.

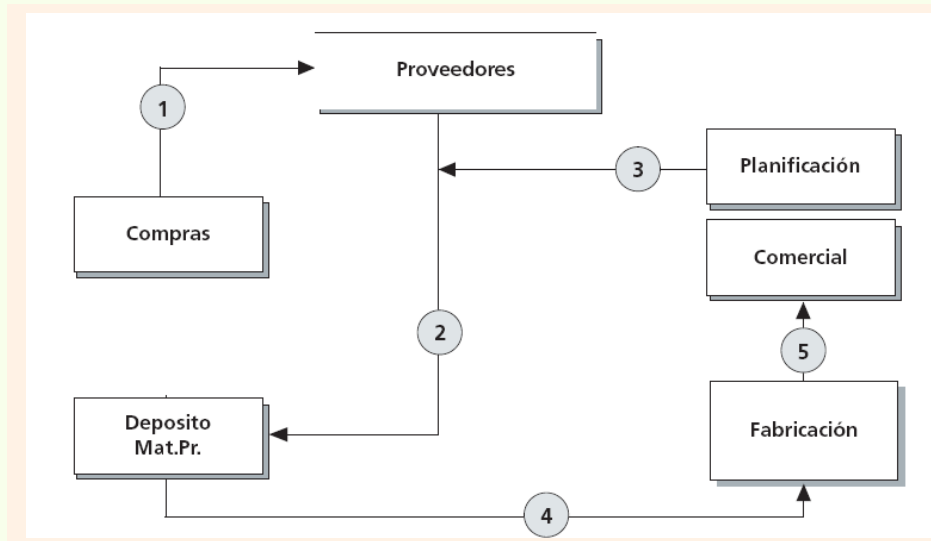
³ Instituto Nacional de Educación Tecnológica –INET– (2006), *Interbike SRL. Manual interactivo para la adquisición de competencias comerciales y Administrativas en la Argentina*, Ministerio de Educación, Buenos Aires, www.inet.edu.ar/programas/capitacion/materiales/materiales/2_des_cont_exp/9_organizaciones.html

Los sitios web que hemos integrado en esta planificación han sido controlados en diciembre de 2012.

Todas las ilustraciones incluidas en esta planificación corresponden a *Interbike SRL*.

⁴ Si el profesor lo desea, puede utilizar este mismo material didáctico para abarcar los contenidos de 6º año centrados en el área de producción y en el área de finanzas de la organización.

3. Aprendemos acerca de las organizaciones diseñadas según la estructura "línea-staff". Consideramos las ventajas y desventajas de una organización con esta estructura.
4. Como la empresa que nos sirve de testimonio de realidad es una empresa industrial, consideramos otros tipos de organizaciones vinculadas con ésta.
5. Analizamos un "acta de conversación" entre el jefe de recursos humanos y un visitante a la empresa. Hipotetizamos rasgos de la cultura organizacional que reformularemos a medida que avance el análisis.
6. Indagamos en el cursograma base que sustenta la administración :



7. A partir de un plan de producción, consideramos brevemente cómo se programa la producción en una organización como ésta (sólo esquemáticamente porque, en 6° año, profundizaremos en los procesos administrativos del área de producción). Advertimos que la planificación de la producción puede adoptar distintos criterios: por tipo de producto, por volumen...
8. Indagamos en una hoja de planificación trimestral.
9. Recordamos –de 4° año– las ideas sistémicas de ingreso de materia, información y energía, y de egreso de bienes y servicios. También los vínculos de la organización con el contexto.
10. Ideamos criterios de responsabilidad social, ética, legal y económica para esta organización (que en el recurso didáctico no están definidos).
11. Avanzamos en la comprensión de la cultura organizacional de la empresa a partir del "Acta de reunión" en la que se analiza la política de *just-in-time* como modo

de optimización de la gestión.

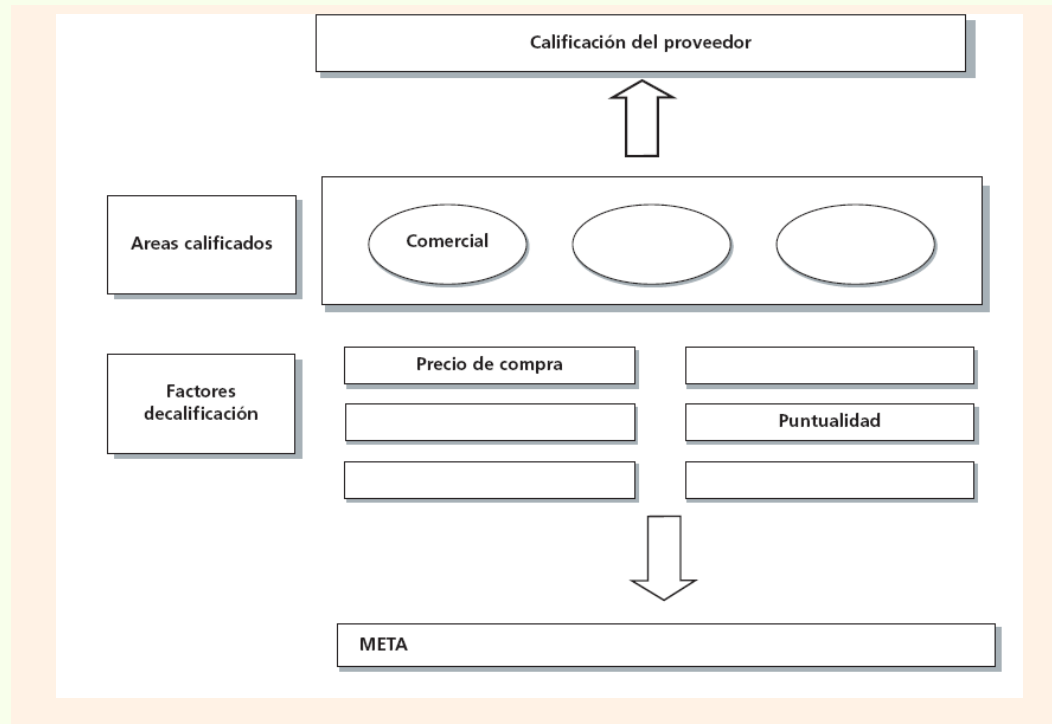
12. Conceptualizamos *organización*. Modelizamos sus componentes. Aprendemos sobre el enfoque sistémico de análisis.
13. Incluimos análisis de ejemplos de empresas medianas y de pequeñas organizaciones sin fin de lucro⁵.

⁵ Si el profesor opta por centrar su análisis en la arquitectura organizacional de cooperativas y mutuales, va a resultarle de utilidad consultar: Gobierno de Córdoba, Ministerio de Educación (2012), (2011) *Educación cooperativa y mutual*, www.igualdadycalidadcba.gov.ar/SIPEC-CBA/plantillas/publicaciones01.html

Cada una de estas actividades va acompañada por la lectura de material bibliográfico y por explicaciones del profesor. Se trata, en general, de actividades de análisis, ya que se deja para *Sistemas de Información Contable*, de cursado simultáneo con esta materia, el taller de producción de componentes contables; y, para *Economía* –también de 5° año– el vínculo de la organización con el contexto político y social que permite definir la actividad económica de la empresa y la integración de conocimientos macroeconómicos.

Unidad 2: Procesos administrativos de comercialización

14. Reconsideramos el organigrama de la organización que nos sirve de ejemplo, para centrarnos –durante el trimestre– en el área comercial de Interbike SRL que abarca cuatro departamentos: *Marketing*, Ventas, Facturación y Depósito.
15. A partir de un “Acta de conversación” –intercambio entablado entre el gerente del área comercial y el visitante– vamos infiriendo la incumbencia de cada departamento. Clasificamos las tareas abarcadas por cada uno, a partir de un listado desordenado. Diseñamos un cursograma que modelice los flujos de interacción entre los departamentos.
16. Partiendo del ejemplo de “Manual de procedimientos”, consideramos los componentes que abarca el proceso de comercialización.
17. Analizamos una carta comercial dirigida a los proveedores. Determinamos los principios de la política comercial de la empresa con referencia a proveedores. Completamos la ficha de proveedores de la organización consultando “Páginas Amarillas” y la “Guía de la industria” en su versión online.



18. Redactamos una carta dirigiéndonos por primera vez a este nuevo proveedor. Redactamos pedidos de cotización. Analizamos en qué consiste el libro de salida de correspondencia.
19. Ahondamos en situaciones concretas que implican tomar una decisión frente a un descuento –comercial o financiero– o una rebaja, condiciones de entrega, gastos de envío.
20. Construimos la idea de “costo real de compra” –total y por pieza–, que nos permite optar entre distintas cotizaciones de proveedores.
21. Analizamos el legajo de proveedores históricos. Consideramos cómo se abre el legajo del nuevo proveedor por el que nos hemos decidido a partir de su mejor cotización.
22. Consideramos el caso de un proveedor que garantiza plazos cortos de entrega gracias a su sistema informático con tecnología FAST de logística. Argumentamos a favor y en contra. Confrontamos nuestras apreciaciones con el protocolo de calificación de proveedores que se utiliza en la empresa.

Evaluamos la utilidad de este protocolo en una organización; generalizamos nuestra valoración a otras.

23. Leemos y discutimos ejemplos de contratos de compra-venta.
24. Consideramos la utilidad y los rasgos de formularios "Pedido a proveedores".
25. Reconstruimos el proceso administrativo de ingreso de mercaderías y pago de facturas⁶. Construimos la idea de "minuta contable". Diseñamos un cursograma para: solicitud de cotización, factura, remito, cotización, pedido a proveedores.
26. Ideamos el procedimiento a seguir para el caso de detectar errores en el envío de materiales hecho por los proveedores.
27. Analizamos la cartera de clientes de Interbike. También la operatoria que implementa en sus estudios de solvencia de nuevos clientes.
28. Reconstruimos el proceso de recepción de un pedido, verificación, redacción de nota de pedido, confección de remito, orden de transporte y actualización de ficha de stock. Analizamos una factura y cómo es su proceso de registro.
29. Consideramos los mecanismos que implementa Interbike para la gestión de los pedidos de sus clientes. Discutimos acerca de potenciales problemas; por caso: ¿Cuáles son los procedimientos que se implementan frente a una demora en el transporte de sus mercaderías?
30. Disponemos de todas las estadísticas del departamento Ventas y, en base a ellas, consideramos aspectos que necesitan mejoras en cuestiones de marketing. Leemos y comentamos lo que relata la jefa de este departamento respecto de las políticas de ampliación de mercado de esta organización: zonas de ventas, distribución regional de clientes, políticas de producción y de surtido, política de precios, política de distribución.... Ahondamos en el acta de la reunión de la gerente con los jefes de departamento.
31. Repasamos cuestiones conceptuales de *marketing* y de *briefing*. Realizamos una primera caracterización del mercado de demanda de bicicletas y del mercado de oferta de bicicletas. Con el profesor de *Economía*, evaluamos la incidencia de la coyuntura económica nacional, provincial y local en este mercado. Construimos la idea de *marketing-mix*.
32. Definimos el "público objetivo –*target group*–" y el "perfil del sector". Evaluamos la participación en el mercado de esta empresa –*market share*–. Especificamos la evolución esperada a corto plazo en el mercado argentino de bicicletas, puntualizando las causas de esta expectativa.

⁶ A modo de ejemplo se transcribe el problema que se acerca a los estudiantes: "Unos días después de haber hecho el pedido, Interbike SRL recibe la confirmación del pedido con el aviso de que la entrega se hará en la semana del 10 al 15 de noviembre. La confirmación concuerda con el pedido. El 15-11-12 se entregan los pedales. En el Depósito ingresa la mercadería y se registra la recepción en 2 copias del remito del proveedor. Una se entrega al proveedor y la otra se envía a Compras para completar el Legajo de compra. Posteriormente, Compras envía el legajo a Administración (Departamento Proveedores) para su pago" (Instituto Nacional de Educación Tecnológica –INET–, 2006, op. cit, p. 25). Analicemos cómo se contabiliza el pago de la factura en Administración.

33. Analizamos la carpeta de presentación institucional que se utiliza en la organización para ampliar clientes: catálogo de los modelos de bicicletas, descripción de las condiciones generales de venta (mecanismos de cotización, confirmación, descuentos, entrega, plazos de entrega, condiciones de pago, reclamos por productos defectuosos, transferencia de dominio, lugar de pago y jurisdicción competente), lista de equipamiento opcional, lista de repuestos, lista de precios. Sugerimos mejoras para esta carpeta.
34. Consideramos las estrategias de *marketing* de "primera marca y segunda marca", y de formas de distribución ya no a través de bicicleterías –comercios especializados– sino de *shopping's*, supermercados y otros canales por precisar.
35. Analizamos la pieza gráfica con que la empresa promociona su bicicleta de semicarrera. Ideamos propuestas para rediseñar el afiche, según el consumidor que nos proponemos integrar y sus modalidades de compra, y acorde con los nuevos canales de distribución.
36. Evaluamos las decisiones tomadas por la empresa para su política de comunicación. Leemos y discutimos acerca de la planificación publicitaria y la evaluación de impacto de su slogan: "A rodar". Analizamos los objetivos publicitarios y ponderamos cada uno de ellos respecto de la importancia dada a ellos por los objetivos de la organización.
37. Nos centramos en cómo *Interbike* concilió sus objetivos publicitarios con su presupuesto, cómo regionalizó la campaña y cómo la acotó en el tiempo.
38. Generamos un escenario distinto y tomamos decisiones al respecto: Para la campaña publicitaria "A rodar" van a integrarse al aviso publicitario y al *merchandising* –obsequios en los locales de venta que ha diseñado la agencia P&P–, canales de difusión que integren redes sociales y otras posibilidades de la Web 2.0.

Unidad 3: Procesos administrativos referidos al personal

39. Analizamos testimonios que dan cuenta de cómo está diseñada el área de Recursos Humanos RRHH– de la empresa (dos sectores *staff* colaboran con la gerencia general: Planeamiento y control de gestión y, justamente, RRHH). A partir de anuncios laborales en periódicos, identificamos en qué áreas de la organización van a integrarse empleados.
40. Leemos en conjunto y analizamos el documento "Estado proyectado de la dotación de personal", cuyo objetivo es ampliar los RRHH frente a un aumento de capacidad de producción proyectado para el año siguiente. Este documento puntualiza la cantidad de empleados por sector, los cálculos estimativos de empleados que van a dejar de trabajar –renuncia, jubilación, licencias por maternidad...– en el nuevo periodo y el cálculo de necesidades de personal.



41. Como concreción de este documento, analizamos el "Plan de personal" de la organización.
42. Diseñamos un cursograma integrado por las acciones que aquí se presentan desordenadas: Firma del contrato de trabajo. Diseño del perfil del puesto. Anuncio del puesto de trabajo. Test de aptitud. Planificación de las necesidades de personal. Concurso interno para el puesto. Evaluación de los postulantes. Entrevista.
43. Ahondamos en cómo se define un puesto de trabajo, tomando el ejemplo del cargo de subgerente de logística.
44. Precisamos los requerimientos que la organización plantea a los jóvenes en su búsqueda laboral y en su primer empleo. Contrastamos con los criterios que nosotros, en el aula, tenemos⁷. Intentamos una compatibilización. Completamos el "Formulario de solicitud de empleo" de la empresa con nuestros propios datos.
45. Nos detenemos en los requisitos de la organización para la inclusión de pasantes. Analizamos la "Guía para estudiantes" y los criterios de inclusión allí precisados.
46. Comparamos tres ejemplos de cartas de presentación, señalando aciertos y fallos en cada una.
47. En correspondencia con las cartas de presentación, consideramos tres currícula vitae.
48. Decidimos a cuál de los tres postulantes puntuaríamos mejor en esta primera fase de la selección de personal. Comparamos nuestra decisión con la tomada en la empresa. Analizamos las cartas que la empresa envía a los postulantes.
49. Leemos el protocolo de "Entrevistas de empleo". Escenificamos un *role playing* simulando esta entrevista. Evaluamos el desempeño de los participantes, en ateneo.
50. Analizamos el contrato de trabajo de un empleado del gremio metalúrgico. Incluimos otros ejemplos de contratos de personal, detectando similitudes y diferencias, y evaluando la pertinencia de los testimonios. Diferenciamos "contrato a prueba", "contrato a plazo fijo", "contrato a tiempo parcial", "contrato por temporada", "contrato de trabajo eventual",
51. Integramos información básica acerca de: *Ley de contrato de trabajo*: conceptos fundamentales –trabajador, empleador, contrato, remuneración–, formas contractuales, derechos y obligaciones de las partes, modalidades de pago al trabajo, licencias, jornadas, descanso, extinción del contrato: causales, indemnizaciones.
52. También conceptos clave del *Contrato colectivo de trabajo* –en nuestro caso, del metalúrgico–: actividades que pertenecen al gremio, categorías profesionales –generales y por rama–, regímenes especiales: jornadas, antigüedad, licencias; disposiciones sobre higiene, seguridad, salubridad; accidentes, escalas salariales.
53. Leemos las precisiones acerca de contrataciones que incluye el manual de procedimientos de la empresa, específicamente el título "Inicio del vínculo laboral": organización de los turnos de trabajo, sistemas, métodos y elementos a aplicar en el trabajo, horarios, lugares de acceso y horarios de merienda del personal; definición de falta grave; normas de seguridad, higiene, indumentaria; uso de credenciales; reglas en relación al consumo de alcohol, tabaco, etc.

⁷ Resulta útil la consulta a: Gobierno de Córdoba, Ministerio de Educación (2010), *La búsqueda laboral y el primer empleo*, Programa de Orientación Vocacional-Ocupacional. www.igualdadycalidadcba.gov.ar/SIPEC-CBA/plantillas/publicaciones03.html

54. Leemos y comentamos una página del libro de datos de los empleados –implementado del mismo modo que se exigen para los Libros principales de comercio–: Nombre del trabajador, estado civil, fecha de ingreso y egreso, remuneraciones asignadas y percibidas, individualización de personas que generen derecho a la percepción de asignaciones familiares, demás datos que permitan una exacta evaluación de las obligaciones a su cargo, los que establezca la reglamentación.
55. Leemos y comentamos cómo está organizado el legajo de cada empleado: la solicitud de empleo, el requerimiento de personal del área que solicita la incorporación, el curriculum vitae, certificados académicos y laborales, el resultado de las entrevistas, el informe ambiental –comprobación de referencias–, los exámenes médicos, el contrato firmado y sus anexos, la declaración de domicilio, la declaración jurada ANSES, la declaración Jurada AFIP, el acta de matrimonio, fotocopias firmadas de los certificados de nacimiento de los hijos, certificados de escolaridad de los hijos, fotocopias de los DNI del grupo familiar, ficha de beneficiarios del seguro colectivo.
56. Consideramos ejemplos de cómo se consolida la remuneración de un empleado a partir de todos los rubros posibles.
57. Encaramos situaciones problemáticas referidas a distintos empleados integrando o no: asignaciones familiares, impuesto a las ganancias, otros impuestos...
58. También, distintas situaciones de desvinculación laboral: preaviso y renuncia. Analizamos el formulario AFIP para certificación de retenciones por la empresa y el formulario ANSES que certifica servicios y retenciones. Valoramos la importancia del certificado de trabajo.
59. Ahondamos en la recomendación: “Prepare una nota, que colocará en la cartelera de anuncios de RRHH, para comunicar la desvinculación amistosa con Interbike SRL”; relacionamos este recaudo con la cultura organizacional.
60. Encaramos la problematización de distintas situaciones laborales que culminan en despido.
61. Indagamos en las acciones de la organización para la capacitación de su personal. Generamos ideas al respecto.
62. Concluimos los rasgos de la cultura organizacional de la empresa que nos ha acompañado durante el cursado.

Metodología didáctica

Este ejemplo de planificación se ajusta a la metodología didáctica centrada en problemas, promovida desde el diseño curricular⁸:

⁸ Para ahondar en esta metodología didáctica desencadenada por problemas puede consultarse: Gobierno de Córdoba, Ministerio de Educación (2011), *Diseño curricular; Tomo 1, Encuadre General de la Educación Secundaria 2011-2015*, pp. 16-20. www.igualdadycalidadcba.gov.ar/SIPEC-CBA/publicaciones/EducacionSecundaria/Tomos2v.html

El modelo incluido es una adaptación de: Gobierno de Córdoba, Ministerio de Educación (2012), *La evaluación de los aprendizajes en educación secundaria*, pp. 9-11, <http://www.igualdadycalidadcba.gov.ar/SIPEC-CBA/>, opción: “Diseños y propuestas curriculares”, opción: “Educación secundaria”.

